

به نام خداوند جان و خرد

۵۲ ۷۳۰۰

تست مامان

نویسنده: راب فیتز پاتریک

مترجم: ابوالفضل طاهریان ریزی



امشارات طاهریان

سرشناسه: فیتس پاتریک، راب

Fitzpatrick, Rob

عنوان و نام پدیدآور: تست مامان/ نویسنده راب فیتزپاتریک؛ مترجم ابوالفضل طاهریان ریزی.

مشخصات نشر: تهران: طاهریان، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۶۰ ص.: مصور: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۳۵-۹۳-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیا

ادداشت: عنوان اصلی: The Mom Test: how to talk to customers and learn if your

everyone is lying to you by, c2014. business is a good idea when

عنوان دیگر: تست مامان: چگونه با مشتری‌ها صحبت کنیم...

موضوع: مشتری شناسی -- مدیریت

موضوع: Customer relations -- Management

شناسه افروز: طاهریان ریزی، ابوالفضل، ۱۳۵۲ - مترجم

رده بندی کنگر: ۱۳۹۶ ت ۵/۵/۵ HF۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۰۲

شماره کارشناسی ملی: ۸۵۰۰۰۱۵



تست مامان

• مترجم: ابوالفضل طاهریان ریزی • نشر: انتشارات طاهریان

• نوبت چاپ: اول • سال چاپ: ۱۳۹۶ • تیراژ: ۱۰۰۰ جلد • طرح جلد: آرزو خسروپور

• قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان • لیتوگرافی: امید نقش

• شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۳۵-۹۳-۶

آدرس: میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، خیابان لبافی نژاد، پلاک ۱۶۶، طبقه چهارم، واحد ۱۱

www.Taherianpress.com تلفن: ۶۶۹۷۰۷۶۷-۶۶۴۹۲۷۳۳ تلفکس: ۶۶۹۷۴۱۵۲

با تشکر از همراهی هوشمندانه شما خواننده محترم، به اطلاع می‌رساند برای

بهره‌گیری از تسهیلات و خدمات نوین حمایتی انتشارات طاهریان و همچنین

شرکت در قرعه‌کشی خوانندگان ویژه مجموعه کتاب‌های به سوی موفقیت، لطفاً حتماً

عدد ۱ را به شماره ۶۶۴۹۲۷۳۳-۱۰۰۰۰ ارسال کنید تا یکی از برندگان ما باشید.

فهرست:

فصل ۱: تست مامان	۱۱
فصل ۲: اجتناب از اطلاعات بد	۳۵
فصل ۳: رسیدن سؤال‌های مهم	۵۹
فصل ۴: سباه کردن موضوعات	۸۱
فصل ۵: تعهد و پی‌سران	۹۱
فصل ۶: پیدا کردن مشتری	۱۰۵
فصل ۷: چگونگی انتخاب مشتری‌ها	۱۲۵
فصل ۸: پیشبرد و برنامه‌ریزی کار	۱۳۷
فصل ۹: جمع‌بندی و راهنمایی	۱۵۱

مقدمه



درس گرفتن از مشتری را می‌توان به کاوش باستان‌شناسان برای پیدا کردن گنج‌های باستان‌شناسان تشبیه کرد. باستان‌شناسان هر چه بیشتر کند و کاو در خاک می‌کنند یک قدم به گنج‌ها نزدیک می‌شوند ولی باید در این راه بسیار احتیاط کنند زیرا در صورتی که از ابزار ناکارآمد استفاده کنند ممکن است آسیب‌های جبران‌ناپذیری را به گنج‌هایی که در آن زیر به انتظار ما هستند برسانند.

بر اساس تجربه من افراد زیادی را در کسب و کار دیده‌ام که به جای احتیاط کردن، بوسیله دینامیت و لودر اقدام به کند و کار کرده‌اند. به این معنی که آنها در نظرسنجی‌ها از هر وسیله نامناسبی بهره می‌برند تا مردم کسب و کار آنها را تأیید کنند. آنها از سئوالات پیش و پا افتاده‌ای

مثل: «به نظر شما این ایده خوب است؟» به عنوان ابزار کاوش مخرب استفاده می‌کنند و گنج‌های آن زیر را تکه تکه می‌کنند. از طرف دیگر بعضی از کاوش‌گران نوپا یا همان کارآفرینان تازه‌کار با وسواس بی‌اندازه سعی می‌کنند گنج‌های زیرزمینی را با مسواک از زیر خاک خارج کنند و مدام از مواجه شدن مستقیم با مشکلات شانه خالی کنند.

اما یزید که باید به دنبال آن باشیم، دستیابی به قلۀ موفقیت در کسب و کار است و در این راه ما باید ابتدا روش طرح سئوالات درست را یاد بگیریم. این واقعی است که سئوالات اشتباه به مسیرهای اشتباه منجر می‌شود. گاهی ما فع این اشتباه رفتن هزینه‌های مالی و زمانی جبران ناپذیری را به بار می‌آوریم. متأسفانه این اتفاق چیزی است که امروز به کرات شاهد آن هستیم.

این واقعی است که پرسش‌های نامناسب ابزارهای کاوش ما برای این کشف بزرگ هستند. از اینرو ما ابتدای خرابیم روش به کارگیری عالی این ابزارها را فرا بگیریم. اگر بدانید که چه گنج‌هایی با ارزشی وجود دارند که انتظار دارند شما آنها را کشف کنید آن موضوع است که اهمیت یادگیری صحیح کار با این ابزارها را درک می‌کنید.

این کتاب برای چه کسانی مناسب است؟

☒ اگر قصد دارید مشتری‌های کسب و کار خودتان را افزایش دهید و یا قصد راه‌اندازی یک کسب و کار را دارید و نمی‌دانید که چگونه با مشتریانانتان ارتباط برقرار کنید.

✓ اگر مربی، سرمایه‌گذار یا اسپانسر استارت آپ‌ها (Startups) هستید و قصد دارید راه‌های برقراری ارتباط کارآمدتر با مشتری را به آنها نشان دهید.

✓ اگر عاشق عملی کردن رویاهایتان هستید و نمی‌خواهید بی‌گدار به آب بزنید و قصد دارید قبل از رها کردن شغل فعلی‌تان عملی بودن آنها را آزمایش کنید.

✓ اگر به دنبال جذب سرمایه لازم برای کسب و کار خود می‌باشید و سرمایه‌گذارها از شما می‌خواهند به صورت مستند ثابت کنید که راه‌حل‌های شما به واقعیت نزدیک است.

✓ اگر قصد سفافه‌سازی یک استارت‌آپ را دارید و می‌خواهید آن را ساده و قابل فهم کنید.

✓ ... و اگر همیشه علاقه‌مند بودید که کسب و کار شخصی خودتان را راه‌اندازی کنید و می‌خواهید همین امروز دست به عمل بزنید. باور کنید که این کتاب حکم کلید دستمایه بگنج را برای شما دارد.

سخت‌ترین کار ممکن

روبرو شدن با مشتری یک واقعیت غیرقابل اجتناب در هر کسب و کار است و خیلی از افراد با این واقعیت روبرو می‌شوند و با مشتری صحبت می‌کنند، از وی سؤال می‌کنند و پاسخ‌ها را دسته‌بندی کرده به کار می‌برند. اما چرا کثر کالاهایی که بر پایه این نظرسنجی‌ها تولید می‌گردند را کسی خریداری نمی‌کند؟! مگر هدف سؤال کردن از

مشتری‌ها و رفع نیاز مشتری‌ها و بالا بردن فروش نبوده، پس چرا این کالا به فروش نمی‌رسد؟

دلیل مهم این قبیل مشکلات آن است که ما سئوالات اشتباهی را از مشتریان خود می‌پرسیم. زیاد ناراحت نشوید من و خیلی دیگر از افراد نیز که می‌خواستند یک کسب و کار را راه‌اندازی کنند هم مرتکب این اشتباه شده‌ایم. علی‌رغم رشد انفجاری تفکر استارت‌آپی متأسفانه تغییرات زیادی در مورد سئوالاتی که از مشتری‌ها می‌شود رخ نداده است و همان رویه‌ها و سئوالات قدیمی تکرار تکرار و تکرار می‌شود.

من در شرکت هیت (Habit) نیز همین اشتباه را مرتکب شدم. یادم هست که سه سال بود که ما تمام وجود در این شرکت کار می‌کردم و سرمایه اولیه ما تمام شده بوده و می‌وانستیم سرمایه‌گذار جذب کنیم. ما برای خروج از بحران دست به سرداری می‌زدیم مثلاً برای نزدیک‌تر شدن به مشتریان حتی به کشور مربوط نقل مکان کردیم اما کارها به نتیجه نمی‌رسید. من پس از ماه‌ها تلاش به همراه دوستانم تازه به این نتیجه رسیدم که مسیر را اشتباه می‌روم (و از این به بعد خوش شانس بودم).

گفتگو با مشتری یکی از بهترین توصیه‌ها است ولی این واقعیت است که همیشه این گفتگو نتیجه کارآمدی ندارد. اینکه یک کالا مطابق با نیاز مشتری و مشتری پسند تولید کنیم بسیار عالی است ولی مهم‌تر این است که چگونه به این اهداف دست پیدا کنیم.

گفتگو و سؤال و جواب کردن از مشتری یک امر زمان‌بر است که در صورتی که درست انجام نشود، علاوه بر عدم دستیابی به نتایج درست،



وقت و هزینه زیادی را از شما به هدر می‌دهد. در پاسخ داده به سئوالات، بعضی از مشتریان به عمد و یا از سر دلسوزی پاسخ‌های غیرواقعی ارائه می‌دهند و می‌توانند راه اشتباهی را به ما نشان دهند. این کتاب یک راهنمای کاربردی و فوق‌العاده عملی است که ابزارهای کارآمدی برای ایجاد، راه‌اندازی یک کسب و کار و استارت‌آپ در اختیار شما قرار می‌دهد و حاصل سال‌ها تجربیات عملی من در موفقیت‌ها و شکست‌های کاری است.

رویکرد اصلی و مهم این کتاب در مورد نحوه سؤال کردن از مشتری برای دریافت بهترین پاسخ‌های ممکن است. ما با اتکا بر این کتاب می‌توانیم درست به هدف بزنیم.

اهمیت این کتاب

این کتاب به صورت کاملاً عملی تدوین شده تا شما بتوانید بهترین صیاد پاسخ‌ها از سمت مشتریان خود باشید. علاوه بر این ما با مطالعه این کتاب متوجه می‌شویم که کجای کارمان را اشتباه رفته‌ایم و می‌توانیم این اشتباهات را تصحیح کنیم. در واقع کتاب فوق‌گنجینه‌ای است شامل سئوالاتی مثل: از کجا مشتری‌های مدنظرتان را جهت طح سؤال پیدا کنیم؟ در جلسه طرح سؤال چگونه رفتار کنیم؟ و ...

من در این کتاب نمی‌توانم به شما بگویم چگونه شرکت خود را بزرگ کنید، زیرا این امر فقط وظیفه شماست. ولی می‌توانم در این کتاب آموزش دهم که چگونه پاسخ‌های طلایی را از دهان مشتریان بیرون

بکشید و بر اساس این پاسخ‌ها به ایده‌آل‌ترین نتایج برسید. ورشکستگی و شکست یک استارت‌آپ بدترین کابوس یک کارآفرین است که ما می‌خواهیم از وقوع آن جلوگیری کنیم.

تمرکز اصلی من در این کتاب بر روی روش‌های سؤال کردن از مشتری‌ها است. همه صاحب‌نظران به اتفاق بر روی اهمیت سؤال کردن و اهمیت به نظرهای مشتریان توافق دارند، بنابراین لازم نیست ما بر روی اهمیت این موضوع بحث کنیم.

اما این که چگونه با مشتری بحث و گفتگو کنیم، هدف اصلی ما است.

www.ketaboo.ir